

## BUYING AND SELLING OF NAJASIY IN MODERN ADVERTISING

**Hafizzullah**

Dosen Luar Biasa IAIN Batusangkar  
Jl. Adinegoro No. 14, RT.005, RW.019 Kelurahan Lubuk Buaya, Kecamatan Koto Tengah, Padang,  
Sumatera Barat  
e-mail: hafizzullah@hotmail.com



### ABSTRACT

*Islam is a system that is comprehensive and covers all aspects of human life. It provides guidance in all areas of life. This not only can be deduced from the laws of Islam, but also from the sources of Islamic law itself. One type of business mentioned in the Quran is buying and selling (trading). To keep the good between the seller and the buyer doing the transaction, Islam allows both parties to bargain, as long as it happens on the basis of likes and no elements of Najasiy, that is, one adds or raises the price of a merchandise, whereas he is not willing to buy it, but aims to benefit the seller and harms the buyer, or just plays games. If viewed from the perspective of Islamic economics, of course this practice is contrary to the true teachings of Islam. Then, when viewed further, this kind of action has something in common with advertising an item to others, but whether this way in advertising is allowed or not is still a question. So, the researcher is interested in doing further research on this issue. The study of this is done by tracing the verses of the Qur'an and the hadiths of the Messenger of Allah related to this matter, as well as the economic books that have relevance to this problem by using maudhu'i understanding.*

**Keywords:** buying and selling, *najasiy*, advertising, modern

### PENDAHULUAN

Islam mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari aspek ibadah (*hablun min Allah*) sampai mu'amalah (*hablun min al-Nas*). Di antara aspek yang tercakup dalam ajaran Islam yang berkaitan dengan mu'amalah adalah tuntunan tentang ekonomi, dan salah satu profesi yang menjadi banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi adalah jual beli yang pada masa moderen sekarang lebih dikenal dengan istilah berbisnis, dimana hal tersebut merupakan kegiatan yang menghasilkan dan menjual produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu.

Jual beli yang meskipun pada dasarnya adalah boleh (halal) sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran, hadis, *ijmâ'* dan *qiyâs*, dan merupakan salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan individu maupun kelompok, namun ia tidak akan pernah terlepas dari aturan yang telah ditetapkan. Dengan prinsip sebagaimana hadis Nabi SAW "*Lâ dharara wa lâ dhirâra*" (*Tidak bermudharat dan tidak memudharatkan yang lain*. HR. Ahmad), Islam telah mengatur dengan gamblang sedemikian rupa aturan-aturan baik yang berkaitan dengan pihak pebisnis sebagai produsen maupun yang berkaitan dengan pembeli sebagai pihak konsumen. Dengan adanya ketetapan terhadap bentuk-bentuk jual beli tertentu yang dilarang, diharapkan agar jangan sampai salah satu atau bahkan kedua belah pihak dirugikan.

Namun dalam perkembangan dunia bisnis moderen ini, ada saja hal-hal tertentu yang secara aturan agama sudah dikategorikan pada hal-hal yang terlarang atau bahkan diharamkan,

namun masih tetap dilakukan. Di antara bentuk larangan tersebut adalah adanya praktek jual beli *najasiy* (yang pada hakekatnya terlarang) namun dibungkus dengan bentuk baru seolah-olah hal tersebut tidak terlarang, yaitu dengan media periklanan.

Iklan atau promosi memiliki peran penting dalam memperkenalkan suatu produk, baik produk tersebut berwujud barang, program ataupun sekedar untuk menunjukkan keberadaan sebuah institusi. Pada masa ini, dengan semakin canggihnya teknologi informasi, pemaparan iklan memiliki banyak unsur yang bisa mendukungnya, sehingga mampu menampilkan bentuk iklan sedemikian rupa. Bukan saja hanya dengan tulisan, tetapi unsur audio dan video juga sangat membantu periklanan ini. Begitu pula, adanya persaingan yang ketat, pemasang iklan pun tak lupa memberikan pariwisata dengan bermacam hadiah yang menggiurkan konsumen.

Lebih jauh lagi di masa moderen ini, sosialisasi yang dilakukan pedagang untuk memperkenalkan komoditinya dan menarik pelanggan untuk membeli (dalam hal ini adalah promosi produk) tampaknya menjadi kurang, terutama apabila tidak melibatkan media sebagai pendukung misi utamanya. Sebagaimana dalam penyampaian sebuah misi, media menjadi alat cukup efektif memberikan ide-ide baru atau kecenderungan masyarakat untuk menerima beberapa jenis produk. Terlebih jika suatu gagasan tentang suatu hal yang berkenaan dengan promosi barang telah terpublikasikan dan diterima secara umum, atau setidaknya telah menjadi buah bibir masyarakat saat itu.

Meskipun pada dasarnya mempromosikan sebuah produk –terutama dengan iklan– merupakan salah satu jurus untuk penjualan, namun jika promosi tersebut dilakukan secara tidak jujur atau bahkan merugikan pihak lain –yang pada hal ini adalah konsumen– maka hal tersebut menjadi terlarang dalam Islam.

## **JUAL BELI NAJASIY**

### **Pengertian Jual Beli Najasiy**

Secara etimologi, kata-kata Al-Najsy berasal dari bahasa Arab yang berarti “الإثارة” (menggerakkan), “تتغير الصيد وإثارته من مكانه” (menghalau buruan dan menggerakkannya dari tempatnya), yang diambil dari kata: “تجشيت الشيء أنجشته نجشاً: أي استترته” (aku menghalau sesuatu apabila aku menggerakkan/mengejutkannya) (Al-Tamîmîy, 2003: 304).

Secara terminologi, jual beli *Najasiy* adalah: apabila seseorang menambahkan atau meninggikan harga suatu barang dagangan, padahal dia tidak berkeinginan untuk membelinya, akan tetapi bertujuan untuk menguntungkan pihak penjual dan merugikan pihak pembeli, atau hanya sekedar bermain-main (Al-Tamîmîy, 2003: 304).

### **Larangan Jual Beli Najasiy**

Jual beli dengan cara *najasiy* ini telah dilarang dalam Islam. Bahkan larangan tersebut berasal dari al-Quran, hadis dan atsar. Di antara dalil pelarangan tersebut adalah:

#### **1) Ayat Al-Quran**

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُرْكِبُهُمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (آل عمران: 77)

*Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat, dan Allah tidak akan berkata-kata dengan mereka dan tidak akan melihat kepada mereka pada hari kiamat dan tidak (pula) akan mensucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih. (Q.S. Ali Imran: 77)*

Asbâbun nuzul ayat ini sebagaimana terdapat dalam shahih Bukhari adalah:

عَنْ إِبْرَاهِيمَ أَبِي إِسْمَاعِيلَ السَّكْسَكِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ أَبِي أَوْفَى رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، يَقُولُ: «أَقَامَ رَجُلٌ سَلْعَتَهُ، فَحَلَفَ بِاللَّهِ لَقَدْ أُعْطِيَ بِهَا مَا لَمْ يُعْطِهَا»، فَتَرَلْتُ: {إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا} [آل عمران: 77] وَقَالَ ابْنُ أَبِي أَوْفَى: النَّاجِشُ أَكَلُ رَبًّا خَائِنٌ. (رواه البخاري)

Diriwayatkan dari Ibrahim Abu Ismail al-Saksakiy, bahwa dia mendengar Abdullah bin Abi Aufa ra. berkata: Ada seseorang yang menunggu barang dagangannya, lalu dia bersumpah atas nama Allah bahwa dia hanya memberikan dagangannya dengan harga sekian-sekian padahal bohong belaka, maka turunlah firman Allah yang artinya: ("Sesungguhnya orang-orang yang menjual janjinya kepada Allah dan sumpah mereka dengan harga yang murah..") (QS. Ali'Imran 77). Dan berkata Ibnu Abi Awfaa: "Orang yang melakukan najasiy (menipu orang lain), sama artinya dengan pemakan riba dan pengkhianat". (HR. Bukhâri)

## 2) Hadis

عَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ: «نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ» (رواه البخاري)

Dari Ibnu Umar ra. dia berkata: Bahwa Nabi saw melarang jual beli najasiy. (HR. Bukhâri)

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَا يَتْلَقَى الرُّكْبَانُ لِبَيْعٍ، وَلَا يَبِعُ بَعْضُكُمُ عَلَى بَيْعِ بَعْضٍ، وَلَا تَنَاجَشُوا.... (رواه مسلم)

Dari Abu Hurairah ra. bahwa Nabi saw bersabda: "Janganlah mencegat pedagang untuk memborong barang-barangnya (sebelum sampai ke pasar); jangan membalikan barang yang sedang dibeli orang lain; jangan melakukan najasiy". (HR. Muslim)

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «لَا تَنَاجَشُوا» (رواه أبو داود)

Dari Abu Hurairah ra. bahwa Nabi saw bersabda: "Janganlah kalian melakukan najasiy". (HR. Abu Daud)

## 3) Atsar

عَنْ عَمْرِو بْنِ مُهَاجِرٍ، أَنَّ عُمَرَ بْنَ عَبْدِ الْعَزِيزِ بَعَثَ عَمْرَةَ بْنَ زَيْدِ الْفَلَسْطِينِيِّ يَبِيعُ السَّبْيَ فِيمَنْ يَزِيدُ، فَلَمَّا فَرَغَ جَاءَهُ فَقَالَ لَهُ عُمَرُ: «كَيْفَ كَانَ الْبَيْعُ الْيَوْمَ؟» فَقَالَ: إِنَّ الْبَيْعَ كَانَ كَاسِدًا يَا أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ، لَوْلَا أَنِّي كُنْتُ أَزِيدُ عَلَيْهِمْ فَأَنْفَقَهُ فَقَالَ عُمَرُ: «كُنْتُ تَزِيدُهُ عَلَيْهِمْ، وَلَا تُرِيدُ أَنْ تَشْتَرِي؟» فَقَالَ: نَعَمْ، قَالَ عُمَرُ: "هَذَا نَجْشٌ، وَالنَّجْشُ لَا يَحِلُّ، ابْعَثْ يَا عَمْرَةُ مُنَادِيًا يُنَادِي: أَلَا إِنَّ الْبَيْعَ مَرْدُودٌ وَإِنَّ النَّجْشَ لَا يَحِلُّ" (رواه أبو شيبة)

Dari amru bin Muhajir bahwa Umar bin Abdul Aziz pernah mengutus 'Amrah bin Zaid al-Filashtiniy untuk melalang sebuah alat penangkap. Setelah dia selesai membelinya, Umar bertanya padanya: "Bagaimana suasana jual beli hari ini?" Dia menjawab: "Sesungguhnya jual beli hari ini cukup sulit wahai Amir al-Mukminin, kalaulah aku tidak meninggikan harga pada mereka, niscaya aku akan menambahkannya". Maka Umar bertanya: Apakah engkau meninggikan penawaran padahal engkau tidak mau membeli?", dia menjawab: Ya. Maka Umar berkata: "Ini adalah najasiy, dan Najasiy tidak halal. Utuslah seorang utusan wahai 'Amrah, lalu sampaikan bahwa jual beli tersebut ditolak (tidak sah), sesungguhnya najasiy itu tidak halal". (HR. Abu Syaibah)

وَقَالَ ابْنُ أَبِي أَوْفَى: النَّاجِشُ أَكَلُ رَبًّا خَائِنٌ. (رواه البخاري)

Ibnu Abi Awfâ ra. berkata: "Orang yang melakukan Najasiy (menipu orang lain), sama artinya dengan pemakan riba dan pengkhianat". (HR. Bukhâri)

### Bentuk-bentuk Jual Beli Najasiy

Dalam kitab-kitab fiqh dijelaskan bahwa jual beli *najasiy* ini memiliki beberapa bentuk, sebagaimana yang disebutkan dalam kitab *Taudhîh al-Ahkâm* (Al-Tamîmîy, 2003: 320):

النَّجَشُ حَرَامٌ، وَمِنْ صَوْرِهِ: (أ) أَنْ يَزِيدَ فِي ثَمَنِ السَّلْعَةِ مَنْ لَا يَرِيدُ شَرَاءَهَا، لِيُغَيِّرَ الْمُشْتَرِيَ بِالزِّيَادَةِ. (ب) أَنْ يَتَظَاهَرَ مَنْ لَا يَرِيدُ الشَّرَاءَ بِإِعْجَابِهِ بِالسَّلْعَةِ وَخَبْرَتِهِ بِهَا، وَيَمْدَحُهَا؛ لِيُغَيِّرَ الْمُشْتَرِيَ، فَيَرْفَعُ ثَمَنَهَا. (ج) أَنْ يَدَّعِي صَاحِبُ السَّلْعَةِ، أَوْ الْوَكِيلُ، أَوْ السَّمْسَارُ، ادِّعَاءَ كَاذِبًا أَنَّهُ دُفِعَ فِيهَا ثَمَنٌ مُعَيَّنٌ؛ لِيُدْلَسَ عَلَى مَنْ يَسُومُ. (د) وَمِنْ الصُّوَرِ الْحَدِيثَةِ لِلنَّجَشِ الْمَحْظُورَةِ شَرْعًا اعْتِمَادُ الْوَسَائِلِ السَّمْعِيَّةِ، وَالْمَرْئِيَّةِ، وَالْمَقْرُوءَةِ، الَّتِي تَذَكَّرُ أَوْ صَافًا رَفِيعَةً لَا تَمَثِّلُ الْحَقِيقَةَ، أَوْ تَرْفَعُ الثَّمَنَ لِتُغَيِّرَ الْمُشْتَرِيَ، وَتَحْمِلُهُ عَلَى التَّعَاقُدِ. وَاللَّهُ أَعْلَمُ.

Dari pernyataan di atas dapat dipahami, bahwa jual beli *najasiy* tersebut haram, dan dia memiliki beberapa bentuk:

- 1) Seseorang yang tidak punya keinginan untuk membeli suatu barang berpura-pura menawarkan barang dengan harga yang lebih tinggi daripada harga penawar sebelumnya, dengan tujuan memancing agar penawar pertama mau menaikkan penawarannya, baik sebelum itu ada kesepakatan antara penjual dengan penawar bohong-bohongan tersebut atau pun tidak, baik tujuan penawar bohong-bohongan tersebut adalah menjerumuskan pembeli, menguntungkan penjual, menjerumuskan pembeli dan menguntungkan penjual, atau sekadar iseng dan main-main.
- 2) Seseorang yang tidak berminat membeli pura-pura menampilkan kekagumannya dengan barang yang ditawarkan dan berlagak tahu tentang kegunaan barang tersebut serta memujimuji-mujinya kepada bukan calon pembeli, agar calon pembeli meningkatkan penawarannya.
- 3) Pemilik barang, wakil pemilik barang, atau calo mengaku-ngaku bahwa barang yang ditawarkan itu telah pernah hendak dibeli dengan harga tertentu namun tidak dilepas dengan tujuan menipu penawar alias calon pembeli.
- 4) Diantara bentuk *najasiy* zaman moderen sekarang adalah iklan dengan menggunakan media visual, audio, atau pun cetak, yang di dalamnya disebutkan kelebihan-kelebihan barang yang dipromosikan, padahal kelebihan-kelebihan tersebut itu tidak sesuai dengan realita sesungguhnya. Demikian juga, meninggikan harga barang untuk menunjukkan bahwa barang tersebut berkualitas tinggi atau berkelas padahal tidak demikian realitanya, dengan harapan agar pembeli mau mengadakan transaksi.

Dari empat bentuk jual beli *najasiy* di atas dapat dijelaskan beberapa kriteria jual beli tersebut, yaitu:

- 1) Adanya penawaran yang dilakukan oleh pihak pembeli, baik dilakukan atas kerjasama dengan penjual, maupun tidak.
- 2) Penawaran yang dilakukan bukan untuk keinginan membeli.
- 3) Adanya keinginan untuk menarik perhatian atau minat calon pembeli terhadap barang yang akan ditawarkan.
- 4) Menampilkan kekaguman terhadap barang yang akan dijual, padahal hakikatnya tidaklah demikian.
- 5) Untuk mencari keuntungan dengan larisnya barang tersebut.

### HUKUM PROMOSI PRODUK MENURUT ISLAM

Istilah promosi dalam hukum Islam dikenal dengan sebutan *al-hawâfîz al-muraghghibah fî al-syirâ'*. Secara bahasa *al-hawâfîz al-muraghghibah fî al-syirâ'* diartikan sebagai, “Segala sesuatu yang mendorong atau menarik minat (membujuk) orang lain untuk membeli.” Dalam pengertian secara terminologis, Khâlid bin Abdullah mengemukakan bahwa istilah yang

digunakan untuk menunjukkan pengertian sesuatu yang mendorong dan membujuk orang lain untuk membeli disebut dengan istilah *promotion* (promosi) (Al-Muslih, t.th.: 9).

Promosi ini mempunyai dua makna: makna umum dan makna khusus. Makna umum promosi adalah segala perbuatan yang dilakukan oleh *syirkah* (perusahaan atau produsen) untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan arti promosi secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para pembeli dengan maksud untuk memberi tahu mereka, membujuk dan mendorong mereka untuk membeli (Al-Muslih, t.th.: 9).

Dengan demikian, kesimpulan pengertian Khâlid bin Abdullah mengenai *al-hawâfiz al-muraghghibah fi al-syirâ'* adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh penjual atau produsen, baik terdiri dari perbuatan-perbuatan untuk memperkenalkan barang dagangan (komoditi) atau layanan-layanan yang mendorong dan menarik minat orang lain untuk memiliki dan membelinya, baik aktivitas itu sebelum akad jual beli atau sesudahnya seperti halnya garansi dan hadiah yang juga menjadi bagian dari kiat-kiat promosi.

Salah satu media yang digunakan produsen dalam mempromosikan produknya adalah dengan menggunakan jasa layanan periklanan. Karena iklan dalam berbagai bentuknya (apakah dapat dilihat atau hanya didengar) dianggap sebagai *non-personal media* (media bukan orang) dalam mempromosikan sebuah produk (Azzam, 2009: 363).

## **IKLAN DALAM PANDANGAN ISLAM**

Iklan, baik bersifat komersil maupun non-komersil tercakup ke dalam perkara *mu'amalah* dan *'adat*. Hukum asal dari perkara tersebut adalah diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur terlarang dalam syari'at yang mampu merubah hukumnya menjadi terlarang. Hukum iklan tetap halal dan diperbolehkan selama memenuhi beberapa syarat yang dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Hendaklah iklan tersebut terhindar dari berbagai propaganda yang bertentangan dengan hukum syari'at, akhlak, nilai-nilai dan etika Islam. Tidak diperkenankan mendesain suatu iklan yang mengandung gambar-gambar yang dapat memancing syahwat atau mempromosikan untuk melakukan hal-hal yang dilarang dalam Islam.
- 2) Pihak yang memasang iklan wajib berlaku jujur dan amanah ketika mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan, Tidak diperbolehkan memberikan persepsi yang keliru kepada para pelanggan dan konsumen terhadap produk dan jasa yang diiklankan dengan dusta dan menyembunyikan cacat; menggambarkan ukuran produk yang hendak didesain dan dipromosikan secara berlebihan; memperbesar fitur-fitur produk kepada para pelanggan padahal tidak sesuai dengan kondisi riil dari produk tersebut, karena kejujuran hukumnya wajib dan merupakan sebab diperolehnya keberkahan.
- 3) Tidak diperbolehkan menyebarkan iklan yang mengandung unsur penipuan dan kecurangan, dan tidak pula melakukan manipulasi dengan mengiklankan suatu produk yang mengandung unsur pengelabuan dan pemalsuan (barang imitasi).
- 4) Iklan yang ditampilkan tidak mendiskreditkan pedagang yang lain, yaitu dengan menimbulkan kerugian terhadap produk mereka dengan cara merendahkan jenis dagangan mereka dan mencelanya dengan tujuan memperoleh manfaat ekonomi dengan mengorbankan pedagang yang lain.
- 5) Tidak mengecoh para konsumen dengan cara mencontek merek, dari segi nama ataupun logo, baik kesamaan tersebut tidak disengaja maupun disengaja dengan niat menyesatkan konsumen bahwa produk yang diiklankan merupakan produk yang telah terkenal di pasaran; atau mengiklankannya dengan menyatakan memiliki kualitas yang serupa agar konsumen terpedaya atau bahkan terkecoh ('Affan, 2005: 195).

## **JUAL BELI NAJASIY DALAM IKLAN**

Dewasa ini, telah banyak tersebar berbagai macam produsen yang mencoba mempromosikan produknya kepada konsumen dengan menggunakan jasa layanan iklan. Namun

kebanyakan pemasaran melalui iklan tersebut telah melanggar ketentuan syari'at. Di antaranya adalah mengiklankan produk-produk tertentu namun dibungkus dengan berbagai kebohongan dengan tujuan tidak lain adalah mencari keuntungan, baik pribadi maupun kelompok.

Berkenaan dengan iklan seperti ini, jika dirujuk kembali kriteria jual beli *najasiy* dan membandingkannya dengan realita periklanan yang marak pada masa sekarang ini, maka tindakan tersebut pada dasarnya tergolong pada praktek jual beli *najasiy*.

Untuk mengidentifikasi adanya unsur jual beli *najasiy* dalam periklanan (jual beli *najasiy* berkedok iklan), dapat dilihat dari beberapa contoh iklan baik yang terdapat pada media elektronik maupun cetak.

a. Iklan media elektronik

Untuk mewakili bentuk iklan pada media elektronik ini, dapat dicontohkan pada iklan yang terdapat pada Televisi:

"Sebuah Produsen Shampo "A" ingin memasarkan produknya. Produsen Shampo "A" bekerja sama (tentunya dengan bayaran yang sudah disepakati) dengan beberapa orang (dalam hal ini adalah beberapa orang publik figur) untuk membuat sebuah iklan. Dalam iklan tersebut ditayangkan bagaimana sosok publik figur tersebut dengan piawainya memberikan berbagai macam testimony tertentu, seperti menjelaskan bahwa sebelumnya dia sudah mencoba menggunakan berbagai macam produk shampo lain, namun masalah rambut semakin bertambah, dan setelah menggunakan shampo Produsen Shampo "A", dia sangat terbantu oleh produk tersebut dalam mengatasi berbagai masalah rambut, seperti rambut rontok dan ketombe. Tidak hanya cukup dengan testimoni tersebut, sosok publik figur tersebut juga mengajak calon pembeli untuk juga menggunakan produk tersebut dalam mengatasi masalah rambut."

b. Iklan dalam media cetak

Untuk mewakili bentuk iklan pada media cetak ini, dapat dicontohkan pada iklan yang terdapat pada brosur pengobatan alternatif:

"Sebuah jasa Pengobatan Alternatif "B" ingin memasarkan produknya, kemudian jasa tersebut membuat selebaran atau brosur yang menjelaskan bentuk-bentuk jasa pengobatan alternatif yang dia tawarkan lengkap dengan bentuk-bentuk penyakit yang dapat diobati pada pengobatan tersebut. Untuk meyakinkan calon pasien, jasa tersebut mencantumkan di dalam selebaran beberapa nama pasien yang telah berobat pada jasa tersebut disertai dengan testimoni dari masing-masing pasien tersebut, seperti:

Bapak A yang menderita penyakit diabetes. Dia mengatakan: "Saya telah menderita penyakit diabetes ini sejak bertahun-tahun, kaki saya terluka dan tidak sembuh-sembuh. Dokter telah menyarankan untuk melakukan amputasi terhadap kaki saya. Saya tidak mau kehilangan kaki saya. Saya telah berusaha mencari alternatif lain untuk penyakit saya, dan saya diberitahu tentang pengobatan alternatif ini. Awalnya saya kurang yakin, akan tetapi setelah saya mencoba pengobatan alternatif "B" ini, hanya dalam beberapa minggu saja, saya telah merasakan perubahan yang sangat baik, luka di kaki saya sedikit demi sedikit mulai mengering dan sekarang saya sudah sembuh total". Kemudian dalam selebaran tersebut dicantumkan foto pasien tersebut sebelum dan setelah pengobatan (*before* dan *after*). Dan masih banyak lagi kesaksian dari beberapa orang pasien yang dicantumkan dalam selebaran tersebut.

Identifikasi terhadap unsur *najasiy* pada kedua iklan di atas:

- 1) Dalam periklanan yang terjadi secara umum, dapat dipastikan adanya kerjasama antara produsen yang menawarkan produk dengan publik figur yang dijadikan model dalam iklan tersebut. Hal ini dikarenakan adanya bayaran tertentu yang didapatkan oleh sosok publik figur tersebut dalam mengiklankan produk dari Produsen Shampo "A".
- 2) Dalam tayangan iklan tersebut tidak dapat dipastikan apakah sosok publik figur tersebut benar-benar memakai produk Shampo "A" tersebut dalam mengatasi masalah rambut dan merasakan hasilnya atau tidak. Begitu juga halnya dengan pengobatan alternatif "B" di atas, apabila nama-nama dari beberapa pasien tersebut memang benar adanya dan mereka termasuk

yang telah menggunakan pengobatan alternatif “B”, maka ini termasuk dibolehkan. Jika ternyata tidak, dan hanya menyampaikan kebohongan, maka jelaslah hal ini terlarang.

- 3) Dengan adanya layanan iklan tersebut, sudah dapat dipastikan adanya keinginan dari Produsen Shampo “A” dan Pengobatan Alternatif “B” untuk menarik perhatian atau minat calon pembeli/pasien terhadap barang dan jasa yang akan ditawarkan.
- 4) Testimoni yang diberikan oleh sosok publik figur pada iklan shampo “A” tersebut, menampakkan kakaguman terhadap barang yang akan dijual, padahal hakikatnya belum tentu demikian adanya. Sama halnya dengan pengobatan alternatif “B”, apabila contoh kesaksian dari beberapa pasien tersebut memang benar adanya, maka ini termasuk dibolehkan. Jika ternyata tidak atau hanya kesaksian palsu, dan hanya menyampaikan kebohongan, maka jelaslah hal ini terlarang.
- 5) Testimoni yang diberikan oleh sosok publik figur tersebut juga berisikan tentang kekurangan ataupun aib dari produk lain (meskipun tidak disebutkan nama produk lain tersebut).
- 6) Dan tidak diragukan lagi, bahwa tujuan Produsen Shampo “A” mengiklankan produk tersebut untuk mencari keuntungan.
- 7) Selain itu, kebanyakan iklan seperti ini menggunakan media-media yang dilarang dalam syari’at seperti menjadikan wanita sebagai model utama, atau bahkan wanita tersebut tidak memakai pakaian yang disyari’atkan. Maka dalam tinjauan syari’at jelaslah hal ini diharamkan.

Berdasarkan penilaian di atas, maka apapun bentuk iklan yang dalam prakteknya sesuai dengan kategori tersebut di atas, dapat dikategorikan pada jual beli *najasiy*.

## **HUKUM JUAL BELI NAJASIY**

Larangan jual beli *najasiy* adalah larangan yang menghasilkan hukum haram. Ibnu Baththal mengatakan, “Para ulama bersepakat bahwa pelaku *najasiy* adalah orang yang bermaksiat dengan perbuatannya tersebut” (Al-Tamîmîy, 2003: 304).

Mengenai status jual beli *najasiy* tersebut, menurut pendapat Imam Ahmad, bahwa jual beli *najasiy* itu sah, namun jika pembeli kemudian tahu bahwa dia telah tertipu karena membeli barang lebih mahal daripada seharusnya, maka perlu dirinci sebagai berikut:

- 1) Jika selisih harganya terlalu jauh/tinggi (manipulasi tinggi), maka dalam hukum agama pembeli punya hak untuk membatalkan transaksi dan meminta kembali uang secara utuh. Namun, jika dia rela dengan harga yang telah disepakati dalam transaksi maka itu pun tidak mengapa.  
Standar ukur selisih harganya terlalu jauh/tinggi atau tidak adalah ‘urf atau penilaian umum masyarakat di daerah setempat.
- 2) Jika selisih harga yang terjadi tidaklah jauh/tinggi (manipulasi rendah), maka kondisi semacam ini sama sekali tidaklah mempengaruhi keabsahan transaksi jual beli yang telah terjadi (Al-Tamîmîy, 2003: 304).

Al-Baghawi mengatakan: “Tidak ada perbedaan di kalangan ulama bahwa apabila seorang mengakui praktik *najasiy* yang dilakukannya, lalu si pembeli jadi membelinya, maka jual beli dianggap sah. Apabila pelaku *najasiy* tadi melakukan aksinya tanpa perintah dari si penjual, maka tidak ada hak *khiyâr* (melanjutkan atau membatalkan transaksi) bagi si pembeli. Namun, bila ia melakukannya atas perintah dari si penjual, maka sebagian ahli ilmu berpendapat bahwa si pembeli memiliki hak *khiyâr*” (Al-Baghawi, 1983: 121).

## **KESIMPULAN**

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan:

1. Hukum asal jual beli adalah boleh.
2. Jual beli *najasiy* adalah haram, dan pelakunya berdosa. Jual beli *najasiy* bisa terjadi secara tradisional seperti seseorang menambahkan atau meninggikan harga suatu barang dagangan,

- padahal dia tidak berkeinginan untuk membelinya, akan tetapi bertujuan untuk menguntungkan pihak penjual dan merugikan pihak pembeli, atau hanya sekedar bermain-main, dan bisa juga terjadi secara moderen, seperti yang terjadi pada dunia periklanan.
3. Pada dasarnya iklan diperbolehkan. Namun apabila dalam proses pengiklanan terjadi hal-hal yang menjurus pada unsur-unsur *najasiy* atau bahkan melanggar aturan agama, maka hukum iklan tersebut kembali kepada hukum asal jual beli yang terlarang tersebut, yaitu haram.
  4. Apabila jual beli *najasiy* tersebut terjadi, maka jual beli tersebut tetap sah, namun pelakunya berdosa dan pembeli mendapatkan hak khiyar sesuai dengan kondisi sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ibn Abi Syaibah, Abu Bakr. 1409 H. *Al-Mushannaf fi al-Ahâdîts wa al-Atsâr*. Riyâd: Maktabah al-Rusyd.
- ‘Affân, Hassâmuddin bin Musa. 2005. *Fiqh al-Tâjir al-Muslim wa Adâbuh*. Baitul Maqdis: Al-Maktabah al-‘Ilmiyah al-Quds.
- ‘Azzam, Zakariya Ahmad, dkk. 2009. *Mabâdi’ al-Taswiq al-Hadîts baina al-Nazhariyyah wa al-Tathbîq*. Yordan: Dâr al-Masîrah.
- Al-Baghawiy, Abu Muhammad Husain ibn Mas’ud al-Syafi’i. 1983. *Syarh al-Sunnah*. Beirut: Al-Maktabah al-Islamiy.
- Al-Bukhâriy, Muhammad bin Ismail. *Shahih al-Bukhâri*. 1422 H. [t.tp]: Dâr al-Thauq al-Najah.
- Al-Mushlih, Khâlid bin Abdullah. [t.th]. *al-Hawâfîz al-Tijâriyah al-Taswîqiyah wa Ahkâmuha fi al-Fiqh al-Islâmiy*. [t.tp]: [t.p].
- Al-Naisâburiy, Muslim ibn al-Hajjaj. [t.th.], *Shahih Muslim*. Beirut: Dâr Ihyâ al-Turâts al-‘Arabiyy.
- Al-Sijistâniy, Abu Daud Sulaiman. [t.th.]. *Sunan Abi Daud*. Beirut: Maktabah al-‘Ashriyah.
- Al-Tamîmiy, Abu Abdurrahman Abdullah bin Abdurrahman al-Bassâm. 2003. *Taudhîh al-Ahkâm min Bulûgh al-Marâm*. Makkah al-Mukarramah: Maktabah al-Asadiyy.